

BAB V

PENUTUP

I. KESIMPULAN

Produk olahan lidah buaya merupakan salah satu produk unggulan dan kebanggaan Kota Pontianak yang sering dijadikan cinderamata untuk wisatawan. Kedepannya diharapkan produk olahan lidah buaya ini dapat dikenal baik secara Nasional maupun Internasional. Pengolahan produk lidah buaya dilakukan oleh industri rumah tangga dibawah pengawasan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pontianak. Terdapat beberapa produk yang telah dipasarkan dengan merek dan kemasan yang berbeda-beda. Namun berdasarkan hasil observasi penulis yang kemudian dianalisis berdasarkan teori desain kemasan dapat disimpulkan bahwa produk olahan lidah buaya yang beredar di pasaran memiliki kemasan yang kurang menampilkan atribut unik sebuah produk dan kurang memperkuat penampilan estetika dan nilai produk sehingga tidak memiliki daya tarik dan daya jual yang kuat.

Tujuan perancangan *branding* dan aplikasi kemasan produk olahan lidah buaya sebagai produk cinderamata khas Kota Pontianak ini adalah untuk menciptakan suatu rancangan konsep *branding* dan aplikasi kemasan untuk produk olahan lidah buaya yang dapat menampilkan atribut unik dan nilai produk dengan tepat dan estetis serta dapat mengangkat citra produk sebagai cinderamata khas Kota Pontianak. Konsep *branding* yang tepat dan kemasan yang ditampilkan secara estetis dengan atribut unik yang dapat menampilkan nilai produk tersebut diharapkan dapat mengangkat citra produk sebagai ikon cinderamata khas Kota Pontianak.

Perancangan ini diawali dengan observasi lapangan yang dilakukan langsung oleh penulis. Data yang didapatkan adalah informasi dan data visual mengenai produk beserta kemasan dan produsennya, lembaga pemerintah terkait dan beberapa referensi kemasan produk-produk konsumsi yang beredar di pasar. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan teori yang berkaitan dengan perancangan yaitu teori *branding* dalam ilmu *marketing* dan teori desain kemasan. Hasil analisis yang telah disimpulkan kemudian dirumuskan solusinya dalam perancangan.

Selanjutnya ide perancangan dirumuskan dalam konsep kreatif hingga terkonsep sebuah rancangan *branding* yang meliputi *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand image* serta *brand activity*. Dalam mengaplikasikan rancangan branding dalam kemasan, maka dipilihlah salah satu UKM yang menjadi *role model* Pemerintah Kota Pontianak yang diharapkan selanjutnya akan menginspirasi UKM lainnya. Perancangan *branding* tersebut kemudian diaplikasikan ke dalam rancangan desain kemasan produk. Rancangan desain kemasan produk yang dihasilkan diharapkan dapat menampilkan atribut unik dan nilai produk dengan estetis sehingga dapat mengangkat citra produk sebagai produk cinderamata khas Kota Pontianak. Desain kemasan produk olahan lidah buaya ini menggunakan gaya desain yang terkesan modern, simpel dan sederhana namun elegan, sehingga memiliki daya tarik yang kuat dan dapat mendominasi kemasan-kemasan lainnya. Kesan yang ditonjolkan dalam desain adalah *natural* (alami), segar dan higienis.

Warna utama yang digunakan dalam perancangan kemasan ini adalah warna-warna yang bersifat segar dan mengasosiasikan kealamian atau *natural* dan sehat. Warna lainnya adalah warna-warna memiliki sifat sebagai penggugah selera dan dengan warna *background* dan teks akan menggunakan warna yang tegas dan kontras sehingga memiliki keterbacaan yang kuat. Warna-warna ini kemudian dikombinasikan dengan harmonis menjadi satu

kesatuan *layout* yang bernilai estetik, memiliki daya tarik yang kuat dan sesuai dengan konsep *branding* produk yang dirancang. Warna-warna tersebut adalah Hijau, Merah, Kuning, Hitam, dan Putih yang masing-masing warna merujuk pada lidah buaya, Kota Pontianak, Tugu Khatulistiwa, serta karakter warna kemasan makanan dan minuman yang dapat menggugah selera konsumen.

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan desain kemasan produk lidah buaya ini berupa teknik fotografi karena memiliki kredibilitas tinggi dan memberikan kesan kepercayaan yang kuat, dan grafis yang digunakan untuk menambah nilai estetik dalam informasi maupun tampilan estetik visual perancangan kemasan. Kemudian tipografi yang digunakan termasuk ke dalam famili *Sans Serif* dan *Script* yang mengekspresikan atribut unik produk, nilai produk dan jaminan produk serta dapat menginterpretasikan beberapa unsur ciri khas ikon Kota Pontianak.

Perancangan ini menampilkan ilustrasi foto produk dan logo merek secara dominan, kemudian *tagline* dan selanjutnya adalah elemen serta atribut lainnya dalam kemasan. Oleh karena itu, konsep *branding* yang tepat dan kemasan yang ditampilkan secara estetik dengan atribut unik yang dapat menampilkan nilai produk tersebut diharapkan dapat mengangkat citra produk sebagai ikon cinderamata khas Kota Pontianak.

II. SARAN

Kepada UKM sebagai *marketing brand* yang merupakan satu kesatuan tujuan dengan desain kemasan, yaitu untuk penjualan produk dari segi strategi *marketing* dan strategi kreatif pada desain, sehingga sebaiknya ada suatu perhatian yang maksimal ketika desain kemasan dan estetikanya adalah langkah terakhir dari seorang konsumen untuk memutuskan membeli atau



tidaknya. Jadi, sebuah perencanaan *marketing* yang baik didukung pula oleh perancangan desain pada kemasan.



DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Majalah

Danger, E.P., *Memilih Warna Kemasan*. Jakarta: Penerbit PT. Karya Unipress, 1992.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia - Pusat Bahasa - edisi keempat*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011.

Ebdi S., Sadjiman, *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain (Nirmana)*. Yogyakarta: CV. Arti Bumi Intaran, 2005.

Kartajaya, Hermawan, *Hermawan Kartajaya on Brand*. Bandung: Penerbit PT. Mizan Pustaka, 2004

Kotler, Philip, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987.

Kotler, Philip, *Marketing 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987.

Krasovek, Klimchuk, *Desain Kemasan yang Menjual*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007.

Rustan, Surianto, *Layout: Dasar & Penerapannya*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka, 2008.

Saladin, Djaslim, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran*. Bandung: Penerbit Mandar Maju, 2003.

Simamora, Bilson, *Aura Merek*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Sunyoto, Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Caps, 2012.

Okky, Ediron, "Dinamika Desain Kemasan: Yang Rumit jadi Mudah, yang Mudah jadi Rumit" dalam *Concept: Majalah Desain Grafis*, Vol. 03 Edisi 18, 2007.

Furnawanthi. *Khasiat dan Manfaat Lidah Buaya si Tanaman Ajaib*. Jakart: Penerbit AgroMedia Pustaka, 2002.

Rustan, Surianto, *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: Penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama, 2011.

DAFTAR WEB

- Wiktionary.2013. "*Role Model*" tersedia dalam
<http://en.wikipedia.org/wiki/Wiktionary>. diakses pada tanggal 26 februari.
- Webe, Agung. 2013. "*role model dalam dunia service*".tersedia dalam
<http://edukasi.kompasiana.com/2012/09/10/role-model-dalam-dunia-service-492198.html>, diakses pada tanggal 26 februari 2013
- Anom. 2013. "Sukses dengan lidah buaya".tersedia dalam <http://blog-wirausaha.blogspot.com/2012/10/sukses-dengan-lidah-buaya.html>, diakses pada tanggal 26 Februari 2013.
- I Sun Vera Online.2013. "*certificates*".tersedia dalam
<http://isunvera.com/certificates.php>, diakses pada tanggal 26 Februari 2013
- I Sun Vera Online.2013. "*news*".tersedia dalam <http://isunvera.com/news.php?view=2>,
 diakses pada tanggal 26 Februari 2013
- Joko. "Si Lidah Buaya Pontianak".tersedia dalam
<http://www.kidnesia.com/Kidnesia/Potret-Negeriku/Flora/Flora/Si-Lidah-Buaya-Pontianak>, diakses pada tanggal 9 Agustus 2012
- Bangsa, Gogor .2011. "Gaya Desain Grafis" tersedia dalam
gogorbangsa.wordpress.com diakses tanggal 9 Februari 2013
- www.disparbud-kalbar.com, diakses tanggal 15 Juli 2012
- www.tokobagus.com, diakses tanggal 25 Desember 2012
- [www. lilboxes.com](http://www.lilboxes.com), diakses tanggal 25 Desember 2012
- www.kalbar-online.com, diakses tanggal 14 Juli 2012
- www.surveymonkey.com, diakses Februari 2013
- www.disperindag.kalbarprov.go.id, diakses tanggal 14 Juli 2012

www.pontianak.go.id, diakses tanggal 14 Juli 2012

www.123rf.com, diakses tanggal 25 Desember 2012

www.stockfresh.com, diakses tanggal 25 Desember 2012

